

箕面市広告事業掲載ガイドライン

(消費者保護の基準)

(1) 消費者の利益の確保及び公正な競争の観点から、次に掲げる表示又は表現を含む広告は掲載しない。

① 広告内容が実際のもの又は広告主等の競争事業者のものよりも著しく優良又は有利であると消費者に誤認される表示(不当表示)(合理的な根拠を示す資料がない場合は不当表示とみなす。)

② その他消費者に誤認されるおそれのある表示

③ 射幸心をあおる表現

[掲載できない事例]

- ・ メーカー希望価格のない商品(宝石など)に、「メーカー希望価格から×割引」
- ・ 客観的な事実がない「最高」、「世界初」、「No.1」、「永久」など
- ・ 「これが最後のチャンス」など

(屋外広告物に関する基準)

(2) 屋外広告の内容が都市景観及び交通安全の観点から、次の各号のいずれかに該当するものは掲載しない。

① 景観上著しく違和感があるもの

② 信号機及び交通標識等(以下「信号機等」という。)に類似するもの又は信号機等の指示に誤解を与える可能性のあるもの

③ その他一般交通に著しく影響を及ぼすもの又は著しく人目を引くもの

(WEBページに関する基準)

(3) 市のWEBページに掲載する広告は、当該広告及び当該広告がリンクしているWEBページの内容又は表現についてもこの基準を適用するものとする。

(広告の表示内容に関する基準)

個別の広告の掲載内容については、次に掲げる項目について検討し、判断するものとする。

(4) 病院、診療所及び助産所

医療法の規定に基づき判断する。

○ 病院、診療所については医療法第6条の5、助産所については第6条の7で広告可能な項目が定められている。

[注意が必要な事例]

・ 写真について

【掲載可】 病室や据え置き型医療機器、診療風景、従業者など

【掲載不可】 術前・術後写真など、治癒の効果を表現するもの

・専門性に関する資格名について

【掲載可】厚生労働大臣に届出がなされた団体の認定する資格名（日本外科学会認定の「外科専門医」など）、「小児科の担当医」、「医師の氏名（外科）」など

【掲載不可】専門医と誤認を与える表現（「外科医」、「小児科医」など）

・診療内容について

【掲載不可】「糖尿病外来」、歯科診療における「審美治療」など

→「××外来」については、広告可能な診療科名と誤認を与えるため広告できないが、広告可能な診療科名の範囲内で、「糖尿病内科」「糖尿病の治療を行います」などの表現による広告は可能。

○その他、医療広告ガイドラインや医療広告ガイドラインに関するQ&A（事例集）を参照の上、疑義があれば池田保健所に相談する。

(5) 施術所（あん摩マッサージ指圧・はり・きゅう・柔道整復）

あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゅう師等に関する法律及び柔道整復師法の規定に基づき判断する。

○あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゅう師についてはあん摩マッサージ指圧師、はり師、きゅう師等に関する法律（以下、あはき法）第7条第1項、柔道整復については柔道整復師法第24条第1項で広告可能な項目が決められている。

〔注意が必要な事例〕

・表現について

【掲載不可】

・「～流はり」、「中国はり」など

・「腰痛」、「肩こり」などの症状名

→医療保険療養費支給申請ができる項目（骨折、脱臼など）は単独での掲載はできないが、申請には医師の同意が必要な旨明記すれば掲載は可能。

・「カイロプラクティック」、「耳つぼダイエット」など

→あはき法や柔道整復師法に基づく資格者として施術するような広告は掲載できない。（例：整骨院の広告内での「耳つぼダイエット」など）

○その他、厚生労働省告示を参照の上、疑義があれば池田保健所に相談する。

(6) 国家資格に基づかない者が行う医業類似行為（エステティック、カイロプラクティック、整体、リフレクソロジー等）

原則掲載可とする。ただし、掲載にあたっては消費者庁、消費生活センターの相談事例等や業界団体の自主基準等を参照すること。

(7) 不動産事業

宅地建物取引業法、不動産の公正競争規約等の規定に基づいて判断する。

○広告を掲載する媒体や広告する物件によって、掲載すべき事項が異なるため注意が必要（不動産の表示に関する公正競争規約施行規則）。いずれの媒体・物件にも共通で掲載すべき事項は、下記のとおり。

- ・ 広告主の名称又は商号
- ・ 広告主の事務所の電話番号
- ・ 取引態様の別
- ・ 交通の利便

〔注意が必要な事例〕分譲宅地の場合

- ・ チラシ……「新聞折込チラシ等」にあたり、宅建業法による免許証番号を掲載する必要がある。
- ・ 広報紙……「その他の新聞・雑誌広告」にあたり、宅建業法による免許証番号の掲載は必須ではない。

(8) 介護保険法に規定するサービス又は高齢者福祉サービス等

有料老人ホーム設置運営標準指導指針（厚生労働省）、有料老人ホーム等に関する不当な表示（公正取引委員会）及びその運用基準、有料老人ホームの広告等に関する表示ガイドライン（社団法人全国有料老人ホーム協会）等の規定に基づいて判断する。

- 介護保険の保険給付対象となるサービスとそれ以外のサービスを明確に区別し、誤解を招く表現は避ける。
- 入居募集は、有料老人ホームの類型及び指定居宅サービスの種類を明示する。

(9) その他の業種

法令以外にも、各業界団体の自主基準等に基づいて判断する。自主基準等がない場合は、掲載内容は、名称、所在地及び一般的な事業案内等に限定する。

〔自主基準の事例〕

- ・ 弁護士……弁護士の業務広告に関する規定
- ・ 税理士……税理士会会員の業務の広告に関する運用指針

〔注意が必要な業種ごとの事例〕

- ・ トランクルーム、レンタル収納スペース
……トランクルームは倉庫業法に基づき国土交通省の登録を受けた倉庫業者が提供する倉庫であり保管責任を負うが、レンタル収納スペースは倉庫業法によらず不動産賃貸借契約等に基づき提供されるスペースとなる。レンタル収納スペースの社名に「〇〇トランクルーム」とつけることは可能のため、業務内容を確認し、レンタル収納サービスの場合は「倉庫業法に基づくトランクルームではありません」等の記載が望ましい。
- ・ 外国大学の日本校
……学校教育法に定める大学でない旨を明記する。
- ・ 結婚相談所・交際紹介業
……結婚相手紹介サービス協会等の業界団体に加盟していること。
- ・ 映画・興業等の基準
……年齢制限等、一部規制を受けるものはその内容を表示する。
- ・ アルコール飲料
……未成年者の飲酒禁止の文言を明示する
例：「お酒は20歳を過ぎてから」等
- ・ 募金等
……厚生労働大臣又は都道府県知事の許可を受けており、主旨を明確に表示すること。例：「〇〇募金は、〇〇知事の許可を受けた募金活動です。」
- ・ 宗教団体
……要綱第3条第5号に反しない範囲で個別に判断する。
【掲載可】 墓地使用者の募集、地域に根付いた宗教施設そのもの及びその慣習的な行事

(10) その他表示について注意を用意すること

- ・ 比較広告、割引価格・実績の表示
……比較広告や割引価格を表示する場合は、客観的な根拠を明示する。実績を表示する場合は、基準日も明示する。
例：「メーカー希望小売価格の〇〇%オフ」

・責任の所在、内容及び目的が不明確な広告

……広告主の法人格を明示し、法人名を明記する。また、広告主の所在地、連絡先の両方を明示する。連絡先については固定電話とし、携帯電話、PHSのみは認めない。また、法人格を有しない団体の場合には、責任の所在を明らかにするために、代表者名を明記する。

ただし、箕面市広告審査委員会において、責任の所在、内容及び目的が明らかであると判断された場合は、この限りでない。

・目的地までの距離・所要時間の表示

……目的地までの表示は距離表示を原則とし、所要時間を表示する場合は、距離表示の後に移動手段も含めて表示すること。

また所要時間を表示する場合は、徒歩であれば道路距離80mにつき1分間を要するものとして算出し、1分未満の端数が生じた場合は1分として算出すること。自転車や自動車であれば、走行に通常要する時間を表示すること。

例：箕面市役所から西へ300m

箕面市役所から西へ300m（徒歩4分）

箕面市役所から西へ〇km（車で△△分）

・赤十字のマークや名称を自由に使用することはできない。